



# Tendencias del Mercado Británico

---



**Inteligencia  
Turística**

# Tendencias mercado británico



## Forma de viajar

Tendencia a buscar más espacios abiertos, libres y donde no existan altas concentraciones de turistas. Mayor tendencia a productos y destinos sostenibles



## Mensajes prioritarios

1. Sostenibilidad en destinos

2. Turismo Cosmopolita



## Flujos turísticos

**Hacia España:** Creciente

**Hacia Costa del Sol:** Creciente



## Principales ciudades emisoras próximos tres años

Londres (absolutamente prioritario), Bristol, Manchester, Birmingham y Sur (Southampton y Bournemouth)

# Tendencias mercado británico



## Estimación de porcentaje de reservas de alojamiento

- On line 65 %
- Oficinas TTOO/AAVV 35 %

En pandemia ha aumentado la contratación off debido a la seguridad que transmitían



## Principales turoperadores

1. TUI
2. Virgin Holidays
3. Jet2holidays

## Principales turoperadores emergentes

1. easyjet Holidays
2. On the Beach

## Estrategias a desarrollar para el segmento de lujo (Alianza con Virtuoso, Traveller Made, ...)

1. Salud, cuidado del cuerpo y de la mente
2. Relaxing, trato humano, gastronomía
3. Exclusividad y autenticidad



## Posicionamiento/Imagen de la marca lujo España / Costa del Sol

### España

1. Barcelona
2. Palma de Mallorca

### Costa del Sol

1. Marbella
2. Málaga



# Tendencias mercado británico



## Segmentos turísticos de interés



- Golf
- Sol y playa
- Bleisure travel
- Mayor interés por el teletrabajo

## Estrategias a desarrollar



1. Apuesta de productos a mayor calidad
2. Rehabilitación de destinos

## Acciones prioritarias de marketing turístico



1. Acciones directas en el gran Londres
2. Fam Trips a AAVV emisoras
3. Press Trips a medios locales de ciudades medias

# Tendencias mercado británico



## Posibles acciones a desarrollar en el Plan de Acción de 2022

- Captación de Congresos de tamaño medio de distintos subsectores turísticos
- Acciones con Agencias de Viajes Británicas, ya que han sido los más castigados y se podrían fidelizar en estos momentos
- Acciones de promoción con intermediarios en origen con premios de estancia de una semana en la Costa del Sol

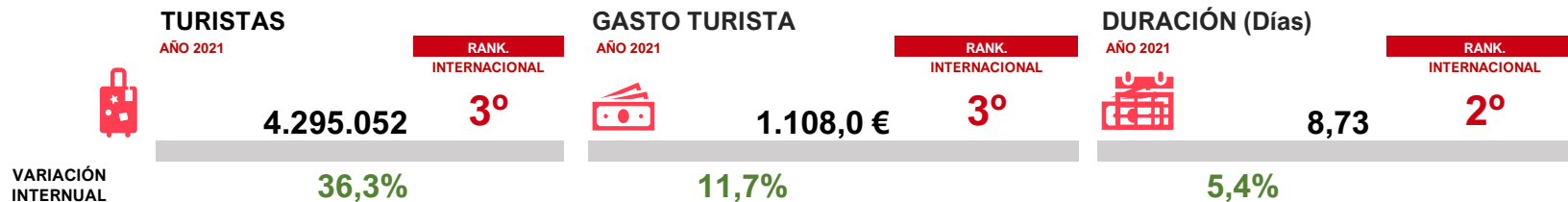
# Principales cifras mercado británico



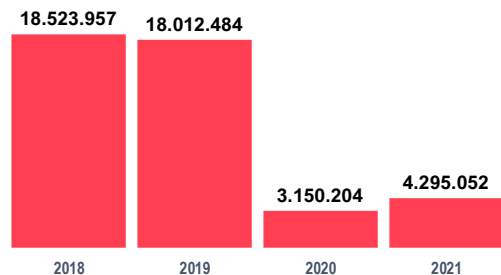
Año 2021

## PRINCIPALES CIFRAS TURÍSTICAS EN ESPAÑA

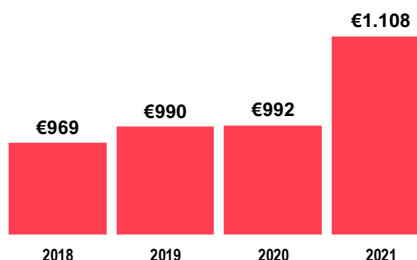
### VOLUMEN DE TURISTAS, GASTO Y ESTANCIA MEDIA



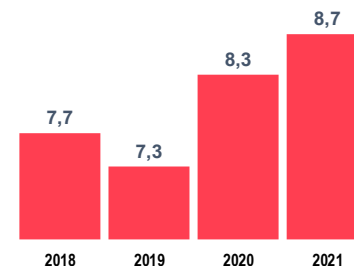
TURISTAS



GASTO TURISTA



DURACIÓN (Días)



# Principales cifras mercado británico



## INDICADORES TURÍSTICOS EN HOTELES Y APARTAMENTOS EN ESPAÑA

## CIFRAS AEROPUERTO



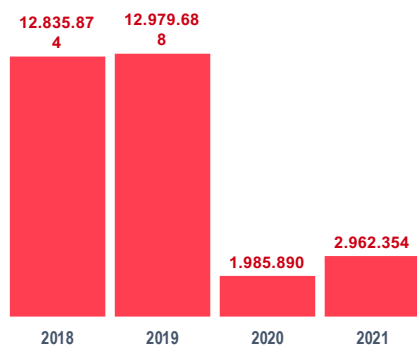
Variación Interanual

**49,2%**

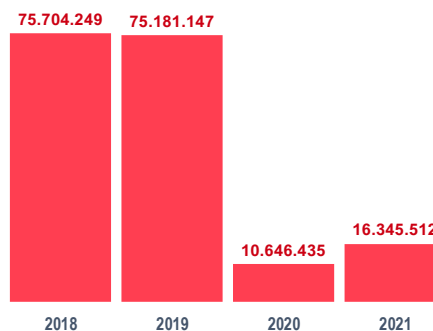
**53,5%**

**24,7%**

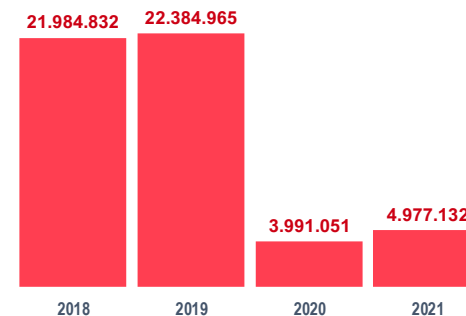
### VIAJEROS



### PERNOCTACIONES



### LLEGADAS AL AEROPUERTO



# Principales cifras mercado británico



## PRINCIPALES CIFRAS TURÍSTICAS EN MÁLAGA

### INDICADORES TURÍSTICOS EN HOTELES Y APARTAMENTOS

#### VIAJEROS

2021. Enero-Diciembre



**310.662**

RANK.  
MERCADOS

**2º**

VARIACIÓN  
INTERNUAL

**38,6%**

#### PERNOCTACIONES

2021. Enero-Diciembre



**1.498.318**

RANK.  
MERCADOS

**2º**

**38,1%**

### CIFRAS AEROPUERTO AGP

#### LLEGADAS AL AEROPUERTO

AÑO 2021



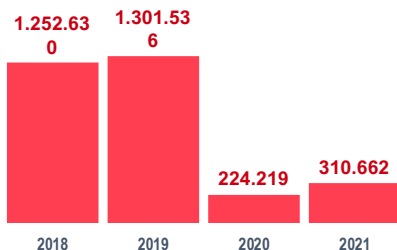
**683.730**

RANK.  
MERCADOS

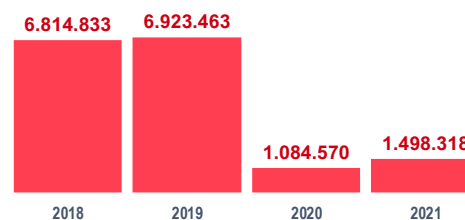
**2º**

**25,9%**

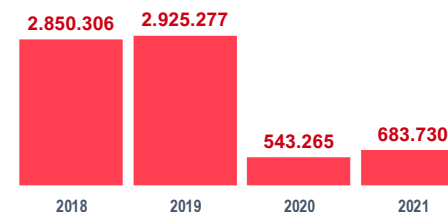
#### VIAJEROS



#### PERNOCTACIONES



#### LLEGADAS AL AEROPUERTO



## COMPETITIVIDAD DE PROVINCIA DE MÁLAGA

LOS VIAJEROS PROCEDENTES DE

**REINO UNIDO**

ALOJADOS EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA REPRESENTAN

**65,8%** DE ANDALUCIA

**10,5%** DE ESPAÑA

LAS PERNOCTACIONES DE LOS VIAJEROS DE

**REINO UNIDO**

ALOJADOS EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA SUPONEN

**77,0%** DE ANDALUCIA

**9,2%** DE ESPAÑA

LAS LLEGADAS AL AEROPUERTO MÁLAGA

COSTA DEL SOL PROCEDENTES DE  
**REINO UNIDO** SUPONEN

**88,0%** DE ANDALUCIA

**13,7%** DE ESPAÑA